



Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften)

 **Download**

 **Online Lesen**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften)

Ulrich Müller

Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) Ulrich Müller

 [Download Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als ...pdf](#)

 [Online lesen Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung al ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) Ulrich Müller

404 Seiten

Kurzbeschreibung

Ulrich Müller weist nach, dass sich der Einsatz von Personalisierungstechnologien im E-Commerce positiv auf die Kundenbindung auswirkt, und zeigt, dass neben der Kundenzufriedenheit Faktoren wie Explorationsneigung, psychologische und soziale Wechselbarrieren sowie Verhaltenshabitualisierungen die Kundenbindung im E-Commerce determinieren. Buchrückseite

Sowohl in der Unternehmenspraxis als auch im Schrifttum rückt die Personalisierung im E-Commerce zunehmend ins Zentrum des Interesses. Die Individualisierung von Web-Angeboten auf der Basis spezifischer Kundeninformationen entspricht der Verbindung von Kundenorientierung mit den technischen Potenzialen des Internet. Konzeptionell und empirisch fundierte Auseinandersetzungen mit dem Thema sind aber noch selten.

Ulrich Müller ordnet die Personalisierung dem Electronic Customer Relationship Marketing zu und stellt den Zusammenhang zur Kundenbindung her. Im Mittelpunkt stehen folgende Fragen:

- " Was ist Personalisierung und wie lässt sie sich systematisieren?
- " Welche Bedeutung und welche Ursachen hat Kundenbindung im E-Commerce?
- " Welchen Einfluss kann Personalisierung auf die Kundenbindung ausüben?

Der Autor weist nach, dass sich der Einsatz von Personalisierungstechnologien positiv auf die Kundenbindung auswirkt, und zeigt, dass neben der Kundenzufriedenheit Faktoren wie Explorationsneigung, psychologische und soziale Wechselbarrieren sowie Verhaltenshabitualisierungen die Kundenbindung im E-Commerce determinieren.

Über den Autor und weitere Mitwirkende

Dr. Ulrich Müller promovierte als externer Doktorand bei Prof. Dr. Uwe Schneidewind an der Fakultät II - Informatik, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften der Universität Oldenburg. Er ist Executive Vice President Strategy & Business Development bei der T-Systems International GmbH.

Download and Read Online Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) Ulrich Müller #8J0DNTAXBWO

Lesen Sie Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller für online ebookKundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller Bücher online zu lesen. Online Kundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller ebook PDF herunterladenKundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller DocKundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller MobiPocketKundenbindung im E-Commerce: Personalisierung als Instrument des Customer Relationship Marketing (Wirtschaftswissenschaften) von Ulrich Müller EPub